

渡辺公観教授を悼む

津 田 秀 雄

渡辺公観教授を、いつも「コーカンさん」と呼んでいた。それは、和歌山大学経済学部には、私が在籍していた当時、渡辺姓の先生が他にも2人おられたためでもあるが、気取りのない教授ご自身の人柄によるものでもあった。ここでも、親しみを込めて、そのように呼ばせて頂きたい。

平成17年1月下旬のある日、帰宅したところ、和大経済学部から渡辺コーカン先生の体調が優れず、入院されているとの電話連絡があったと、家内が告げた。予備的な情報が何もなかったので、突然に知らされた事態が十分には呑み込めなかった。ついこの前に新年の挨拶状をもらったばかりで、特に変わりもなく過ごされているのだらうと暢気に思っていたせいもある（しかし、お見舞い申し上げた際に奥様からお伺いしたところでは既に体調が思わしくなく、大変な思いの中で書かれたものであったそうである）。それから、入院するほどにどこが悪いのかと腑に落ちない一日が過ぎ、またさらに落ち着かない一日が過ぎて、ようやく3日後の夕方に地下鉄御堂筋線に乗り、新金岡駅から入院先の大阪労災病院へ向かう暮れなずんだ道を急いでいた。その日はみぞれ混じりの雨が降る少し寒い日であった。コーカンさんは眠っているように見えたが、私が見舞いに來たとの奥様の呼びかけに気づいたのか、少しく口元が動き、よく來たと言ったのかどうか、何ごとかをつぶやいたようであった。真情は分からないが、それがついのお別れの言葉となった。

私が近畿大学に移ってから、和歌山大学経済学部には毎年ではなかったも

の非常勤講師として出向いて監査論や会計学を講じていたが、そのような和
大への登校日が同じ曜日であるときは、コーカンさんは、自分は授業がなくとも、
私の授業が終るまで研究室で待っていてくれることが多く、いろいろと話し込
んだものであった。とはいえ研究領域の相違もあって、研究上の問題について
意見を交わすということはなかったが、それでもやはり話は自然と堅い方向に
進んでいった。

その中で、ある日、「1年前に還暦を迎えたのであるが、そのときに、あまり強
健な体ではないのに、自分も人並みに元気で還暦を迎えられたことをとても嬉
しく思った」と話されたことがあった。体調を気にされていたようであった。
しかし、病気にかかるとはご本人も考えていなかったようで、和大を定年退職し
た後は、まだ具体的に準備しているわけではないけれども、コンビニでも開業し
ようかと考えていると語られるほどに、未来志向の話をされたのであった。商
業学やマーケティングを専攻しているコーカンさんの心のうちには、理論だけ
ではなく、専門的知識を活かした実践もしてみたいとの思いがあったのだらう
か。

コーカンさんの研究室には、各地の商店街から依頼されて実施した多数の実
態調査報告書が積まれていた。それらをまとめるために実際にそれらの地域の
商店街に出かけて、商店主や行政の担当者からいろいろと話を聞き、コーカン
さんも入って、提案事項に納得し、改革案に合意するための議論をしてきたのであ
ろう。その話しぶりは常にいつでも説得的で、内容も先見性があり、斬新な、傾
かせるものであった。研究室にはまた、テレビ、ビデオ、スライド映写機、録音
機などのいろいろな、しかも当時としては最新の機器が置かれていたし、商品紹
介の雑誌も各種のものが揃えてあった。新機種について、これはどういう機能
や性能をもつもので、使い勝手はどうかと質問すると、たちどころに、それはこ
う、あれはこうと言う説明が始められる程に、新規の商品についてあれこれと勉
強し、豊かな商品知識をもっていたのである。

コーカンさんは味覚情報にも精通していた。ワインについての蘊蓄を語りだ

すと誰の追従をも許さない独壇場になったものである。例年 11 月の第 3 木曜日には、ときにはボージョレ・ヌーヴォーを持参し、振る舞ってくれたことも一度ならずあり、また、フランス料理の店を良く知っていて、和大からの帰途に和歌山市内は言うまでもなく、泉南、泉北地域あるいは和泉府中駅前等の大きくはないが、味の良い、小粋な店に連れていってくれたものである。ダンディーで、グルメなコーカンさんらしい選択で、自動車での通勤が多かったこともあって、居酒屋にはついぞ行ったことがなかった。

コーカンさん運転の自動車といえば、和大からの帰途、何回とはもはや数えられないほどの回数にわたってコーカンさんのマイカーに便乗させてもらい、地下鉄・なかもず駅や JR 阪和線・津久野駅、南海電車のあちらこちらの、その時の事情で適当な最寄駅まで送ってもらったものである。あるときは、和大を出たクルマが紀ノ川に沿って東を指して走り出し、根来寺、粉河寺の門前を過ぎ、途次のレストランの味覚具合についての講釈を加えつつ、日が暮れた山中の道に入っていくのでどこに向かうのかと少々心配になったこともあった。尋ねると、大阪と和歌山の府県境を越える峠には、大川峠、孝子峠、風吹峠、鍋谷峠、紀見峠などがあり、いつもは孝子峠越えであるが、今日は鍋谷峠を越えるルートを行くと言うことで、山道に迷うことなく、また、山中でトラブルこともなく、大阪側の父鬼町に出たのであったが、おかげで、このようなことがなければ参詣することがなかったであろう根来寺や粉河寺を、その門前からとはいえ、拝することが出来たのは幸いであった。またあるときは、このように道筋にも精通していたコーカンさんがナビゲータ役を努め、加藤 徹氏が運転するマイカーで、名張、伊賀上野方面まで食べに出かけたこともあった。このようにコーカンさんの道路に関する知識はグルメ情報に劣らず極めて該博で、どの道路をどのように走り抜ければ、どこに至るかという道路のルート・ネットワークが完全な形で頭の中に入っているようであった。

このように思い出すままに書いてくると、コーカンさんとは主に食べたり、走ったりしかしていないように思われるので、少しは専攻する学問領域に関説して

おきたい。とはいえ、専攻領域が異なるので、私の勝手に、独断的な解釈であることを予めお断りいたしておきたい。

コーカンさんは、自身の基本的な世界認識の視座をマルクスの商業資本論から出発させたと思われる。このことは現代資本主義経済のダイナミックスを消費者の絶えざる欲求の創出に求める同氏稿「資本主義経済と消費者」（小谷正守・保田芳昭編著『現代日本の消費者問題』ミネルヴァ書房、1980年、第2章として収録）に色濃く見られる。しかし、それとともに、創出される欲求は「一定の歴史的・社会的・文化的所産」（同書、29頁）と考えられることから、資本主義経済が歴史的にも、地域的にも多様な形態をとりうるとの認識も既になされていたと思われる。そして、この認識は最後まで貫徹されたのである。例えば、コーカンさんの最後の講義シラバスとなった「基礎演習」の項目に記載された「授業のねらい・概要」の欄を見ると、次のように書かれている。

基礎演習

【授業のねらい・概要】

われわれが今生きている社会は資本主義社会である。それは資本主義的経済システムとして歴史的に生成し発展してきたシステムであるが、各国で同じようにつくられてきたものではなくて様々な歴史や文化、伝統のうえに築かれてきたものである。しかし21世紀の今日、インターネットをはじめ情報、流通、生産など大きくグローバル化というかたちで激変しつつある。経済的効率を最大の基準としながらも資本主義のあり方、市場のもつ様々な機能のあり方について先進資本主義諸国のなかで各国の模索試行がおこなわれている。

当然日本においても構造改革の名のもとに旧来の日本の経済システムが大きく変わらざるをえなくなっている。本授業ではこのような問題意識を先進国での人間と市場、政府、環境とのかかわり方を考えてゆく端緒としたい。

（和歌山大学経済学部・平成16年度のシラバスより）

このような資本主義的経済システム生成の歴史的、地域的多様性に関するコーカンさんの理解は、資本主義モデルの制度的多様性を主張するブルーノ・アマーブル著『五つの資本主義』（山田鋭夫・原田裕治ほか訳、2005年、藤原書店）に通じる極めて現実に即した観察から生じていると言える。

しかし、ここでコーカンさんが学生に求めているのは、そのような歴史認識や理論認識もさることながら、和歌山大学経済学部において、学年進行に伴って、同学部に開設されている学問領域としての経済学、商学、経営学、会計学等のいずれを学ぶことになるとしても、現今のそれらの各学問領域の論理の前提ないし出立点に存する「市場」と経済的営為の関連を総体的に理解しておくことにもおそらくは向けられていたと思われる。そのことは、「基礎演習」の「授業計画」の項目の第1番目に「資本主義のもとでの市場の中心的役割と位置」を置き、第2番目に「市場原理についての欧米のスタンスの相異」を置いたことに現れていると言える。

こうした「市場」の役割ないし機能の理解の強調は、当然のことながら、コーカンさんが担当する授業科目が「マーケティング・マネジメント」、「マーケティング戦略論」及び「広告論」という経営政策に属する科目であったことに関連するであろう。これらの領域はまさに「市場」との関連における企業の販売政策のあり方を取り扱うのである。この点を見るために、再度、コーカンさんの最後の講義シラバスを参照し、「専門演習Ⅰ（3年）」の項目に記載された「授業のねらい・概要」の欄を見てみよう。そこには次のように書かれているが、それは如上の授業担当科目の学習目標を総括的に述べたものと言えるであろう。

専門演習Ⅰ（3年）

【授業のねらい・概要】

消費者・市場中心志向による現代企業の戦略をマーケティング戦略の観点から分析し、考察してゆきます。広告戦略や新製品開発などのマーケティング活動の中核については、家電産業・自動車産業などをとりあげてケース・

スタディを交えながら学習していきます。その他インターネットの急速な普及による e-コマースに代表される、流通構造の変化や 21 世紀における環境問題のなかでのマーケティングの果たす役割など適時トピックスなテーマをとりあげて全員で討論しながら考えを深めていきます（以下、略）。

（和歌山大学経済学部・平成 16 年度のシラバスより）

ここで述べられているように、消費者・市場中心志向を掲げて市場細分化戦略、製品差別化戦略あるいはブランド戦略の有効性とその効率的な方策の如何を探求する「マーケティング・マネジメント」、「マーケティング戦略論」あるいは「広告論」の学問領域において、市場におけるマーケティング活動や広告活動の体系的な位置づけを企図し、また、経営経済レベルでのマーケティング活動や広告活動の有効性ないし効率性を論じるには、それらの活動が展開される場としての「市場」の性質と機能をまず理解しておく必要があることは言うまでもないであろう。コーカンさんは、彼が担当する「マーケティング・マネジメント」等の学問領域を、それらの領域で数多く見られるハウ・ツウものと異なり、あくまでも経済学的素養の上に立って展開し、体系的に整序していくことを誠実に構想していたといえよう。そして、その構想を具体化する論文の提示はコーカンさんの目標とするところであったであろう。

しかし、おそらくそれを成し遂げることが叶わなかったコーカンさんの無念には計りがたいものがあるに相違ない。しかし、コーカンさんが蒔いた学問の大道を行く教えと思いは、コーカンさんの教えを受けた学生の上に沈殿し、彼らを通じてさらに多くの人々の心に伝えられていくことで、社会のなかに継承され、いつの日にか、具体化されるであろうと確信するものである。コーカンさん、安らかに眠りたまえ。

合掌。

（近畿大学大学院商学研究科長・経営学部教授）